



► 7 juillet 2016 - N°40537

À Marseille,
ce soir,
la rencontre
entre
les Bleus et
les Allemands
en demi-
finale de
l'Euro signe la
réconciliation
de la France
avec le foot

P. 2-3

Plus bleue la vie



Dans la fan-zone de la tour Eiffel, lors du match France-Islande, le 3 juillet. Lewis Joly/Sipa/AP



Les Bleus de Didier Deschamps rencontrent, ce soir à Marseille, les Allemands, champions du monde en titre, en demi-finale de l'Euro (TF1, 21 heures).

Depuis le début de la compétition, l'équipe de France peut compter sur un fort soutien populaire, témoin de la réconciliation avec les Français.

En Allemagne, la ferveur populaire est ancienne et accompagne une équipe nationale qui évolue et reflète désormais une société plurielle.

Entre les Bleus et les Français, une passion contrariée

— Depuis le début de cet Euro à domicile, les Bleus de Didier Deschamps ont regagné le cœur de leurs supporters et séduit les Français après des années d'une passion plus timide, voire distante.

— Sport populaire par excellence, le foot a longtemps suscité en France une certaine retenue, ou même un rejet, suite à des psychodrames comme lors de la Coupe du monde de 2010.

Ce geste vaut bien de longs discours. Avant le quart de finale contre l'Islande, dimanche soir au Stade de France, les Bleus sortent du tunnel pour aller s'échauffer. Mais, au lieu de filer vers la pelouse, comme d'habitude, emmenés par Patrice Evra, ils trottaient et s'approchent du virage occupé par leurs supporters les plus fervents pour les saluer par des applaudissements. En retour, les coéquipiers d'Antoine Griezmann reçoivent une ovation du public à la fois surpris et heureux de cette initiative.

Cette attention, qui peut paraître anodine, était simplement inimaginable auparavant. Elle ne serait pas venue à l'esprit des joueurs et ne correspondait pas à la culture française. L'histoire

entre la sélection nationale et les Français est de fait celle d'un amour erratique, parfois fusionnel, comme entre 1998 et 2000, mais souvent timide, voire méfiant. Sans compter la plaie enfin cicatrisée, mais jamais oubliée, de la fameuse grève de l'entraînement à Knysna pendant le Mondial 2010 en Afrique du Sud.

Même si les Français ont vibré pour la génération Platini, marquée par deux demi-finales de Coupe du monde (1982 et 1986) et un titre de champion d'Europe en 1984, puis celle de Zinedine Zidane, le football n'est pas ancré dans la culture nationale comme c'est le cas en Angleterre ou en Italie, par exemple. Dans d'autres pays, où le ballon rond est roi, l'attachement à la sélection nationale est viscéral et dépasse largement le public habitué à se rendre dans les stades.

Déjà en 1998, un certain Didier Deschamps, s'était plaint que le public du Stade de France préfère l'habit de ville au maillot bleu.

Sport populaire par excellence, il a toujours suscité, en France, une retenue, voire même pour certains un rejet revendiqué, au sein des classes supérieures. Le sport ne serait pas une activité noble, en opposition au monde de la culture.

Un ostracisme qui vaut particulièrement pour le football, passion privilégiée de la classe ouvrière et des quartiers populaires.

« Ce mépris s'estompe, assure Yvan Gastaut, historien et maître de conférences à l'université de Nice. *Aujourd'hui, de grands esprits se disent passionnés de football, à l'instar d'Alain Finkielkraut ou d'Edgar Morin, comme les élites politiques et économiques. En France, le Mondial 98 a été un événement fondateur pendant lequel tout le pays était concerné. Le football devient un enjeu politique et sociétal comme dans toutes les sociétés européennes.* »

Pourtant, en France, s'afficher comme supporter des Bleus, et non comme un simple « sympathisant », ne va pas de soi. Déjà en 1998, le capitaine de l'équipe de France de l'époque, un certain Didier Deschamps, s'était plaint que le public du Stade de France préfère l'habit de ville au maillot bleu. Ils « applaudissent à un spectacle plus qu'ils ne soutiennent leur équipe », avait-il regretté. Un manque de ferveur chronique, bousculé par des éruptions éphé-



mères quand l'équipe de France gagne en Coupe du monde ou en championnat d'Europe.

Le fait que la France soit championne du monde des polémiques autour de sa sélection nationale n'arrange rien. La sélection tricolore est le reflet des tensions – le plus souvent identitaires – qui animent le pays. Les joueurs doivent être tout à la fois des exemples pour la jeunesse, des représentants de la diversité de la population, des modèles de patriotisme et si possible d'excellents footballeurs qui offrent la possibilité aux Français de célébrer joyeusement leurs victoires. Des attentes souvent déçues, voire bien davantage, comme lors du fiasco du Mondial sud-africain. Un triste épisode qui a provoqué une cassure profonde entre l'équipe de France et son public.

Mais, depuis la nomination de Didier Deschamps, personnalité respectée et appréciée, après un Euro 2012 décevant marqué par quelques écarts de comportements au sein des Bleus, l'engouement populaire monte en puissance. D'abord parce que l'équipe de France a retrouvé une crédibilité sportive : quart de finaliste du Mondial 2014 au Brésil et en demi-finale de l'Euro 2016.

Ce retour au premier plan s'accompagne également d'une prise de conscience de la part de la Fé-

dération française de football (FFF) : pour être aimée, l'équipe de France doit se rapprocher de ses supporters. Sous l'impulsion de Noël Le Graët, son président, la FFF met en place une politique volontariste portée notamment par Florent Soulez, jeune responsable du marketing événementiel, qui a longtemps fréquenté les virages du Parc des Princes.

Anne Verdin, membre de l'association de supporters des Bleus, les Irrésistibles Français, se réjouit du changement d'ambiance : « *Auparavant, beaucoup de spectateurs venaient au stade comme au théâtre, désormais il y a davantage de supporters. En mars dernier, nos représentants ont rencontré les joueurs. Ils ont pu exposer nos griefs, notre désir de plus de reconnaissance et de communion avec eux. C'était une discussion intéressante qui montre que nos relations se sont beaucoup améliorées avec la*

●●● *Fédération.* » Les joueurs, par la voix de Patrice Evra, ont aussi livré leurs doléances, notamment en demandant à leurs supporters de ne plus chanter le fameux « *Et 1 et 2 et 3-0!* » qui fait référence à la finale du Mondial 98 et ne correspond pas à leur génération.

Dans sa volonté de redorer le blason des Bleus, la FFF possède, outre la popularité du sélectionneur, un atout de taille : une génération de

joueurs qui apparaissent sympathiques aux yeux du grand public. « *On note un changement d'attitude, une envie de communion avec le public,* assure Pierre de La Ville-Baugé, directeur associé de Sport Market, agence conseil en communication spécialisée dans le sport. *Dans cette équipe, il y a une diversité de personnalités, d'Antoine Griezmann à Paul Pogba. On sent une vraie spontanéité, à l'image de N'Golo Kanté. Lorsqu'il a marqué en match amical, on avait l'impression que c'était le plus beau jour de sa vie.* »

Reste à savoir si la vague bleue va retomber ou si elle va s'amplifier jusqu'à la Coupe du monde 2018 en Russie. Pour entretenir la passion de leurs supporters, les Bleus doivent continuer à envoyer des preuves d'amour. Le rendez-vous de ce soir contre l'Allemagne, est une occasion idéale. Didier Deschamps, qui compte sur l'appui du « douzième homme », s'est félicité de cette réconciliation : « *On bénéficie d'un soutien populaire extraordinaire. Je pense que cette équipe est aimée par les supporters parce qu'elle ne laisse pas insensible. On ne fait pas tout bien mais on va au bout des choses. Les gens sont heureux, tant mieux. Sur-tout par les temps qui courent.* »

Arnaud Bevilacqua

repères

Niveau d'audience : l'Allemagne bat la France

Le quart de finale France-Islande a rassemblé, dimanche soir sur M6, 17,2 millions de téléspectateurs en moyenne (60 % de parts d'audience), la meilleure audience toutes chaînes confondues depuis neuf ans et un record historique pour M6.

Une audience exceptionnelle qui surpasse les 16,9 millions enregistrés par TF1 pendant le quart de finale France-Allemagne lors de la Coupe du monde 2014, qui avait lieu un vendredi à 18 heures (72 %

de part d'audience).

Grâce au football, TF1 détient le record des trois meilleures audiences toutes chaînes confondues depuis 1989 : Portugal-France (22,2 millions de téléspectateurs) et Italie-France (22,14 millions) lors du Mondial 2006 et France-Italie lors de l'Euro 2000 (21,44 millions).

Pour cet Euro, les chaînes allemandes font des scores impressionnants. Le quart de finale entre la « Mannschaft » et l'Italie a réuni 28,3 millions de téléspectateurs (79,3 % de parts de marché). Le record absolu date de 2014 avec la finale du Mondial remporté par les Allemands (34,65 millions).

